

VON IMELDA FLAIG

**BEMPFLINGEN.** Cornelia Veit ist offen und direkt. Die 54-Jährige, die seit einem Jahr als alleinige geschäftsführende Gesellschafterin in dritter Generation an der Spitze des Familienunternehmens Bäckerhaus Veit aus Bempflingen (Kreis Esslingen) steht, redet Klartext. „Ich habe weder eine Bäckerlehre noch Betriebswirtschaft studiert“, sagt die Frau, die mit Herzblut im Unternehmen ist. „Ich breche Regeln, wenn es dem Ziel dient“, sagt sie über sich.

Damit spielt die Bäckertochter auf ihre Vergangenheit an, denn dass sie als jüngste von fünf Mädchen einmal das Ruder im Familienunternehmen übernehmen würde, war keineswegs selbstverständlich. Auch nicht, dass sie von Kalifornien zurück nach Bempflingen ziehen würde. „Nur weil ich weggegangen bin, konnte ich zurückkommen“, sagt sie.

Aus der kleinen Bäckerei, die ihre Großeltern vor 95 Jahren gegründet und die Eltern weitergeführt haben, ist mittlerweile ein Unternehmen mit 51 Bäckereifachgeschäften und Cafés, 550 Vollzeit-, Teilzeitkräften und geringfügig Beschäftigten geworden. Keine industrielle Großbäckerei, sondern eine große Handwerksbäckerei – darauf legt die Chefin Wert.

„Die Erfahrung war toll. Aber ich bin ein Kind des Handwerks.“

**Cornelia Veit,** Chefin des Bäckerhauses Veit

„Eine Größe, die passt, größer wäre schwierig für unsere handwerkliche Art des Backens“, sagt Veit, weil viel Feinarbeit nötig sei. Und dann ist sie in ihrem Element. „Ein Bempflinger braucht mehr als 40 Stunden, denn der Teig braucht Ruhezeiten. Die lange Teigführung ersetzt die Zugabe von künstlichen Aromastoffen“, sagt sie mit Blick auf die Herstellung des speziellen Brötchens. Die Frau weiß, wovon sie redet. Schon als Kind hat sie in der Backstube Brezeln geschlungen, Weckmehl und Knödelbrot verpackt, um sich in den Ferien etwas dazuzuverdienen.

Doch nach dem Schulabschluss schlägt sie erst einmal einen Weg abseits von Backwaren ein. Mit Anfang 20 geht sie nach Wien, arbeitet bei einer Computerfirma, später bei Pepsi-Cola. Für das Unternehmen geht sie mehrere Monate nach Moskau. Doch Karriere und Konzern sind auf Dauer nicht ihr Ding. „Die Erfahrung war toll, aber ich bin nicht der Typ dafür. Ich bin ein Kind des Handwerks“, sagt Cornelia Veit.

Sie geht in die USA, studiert in San Francisco Kunst mit Schwerpunkt Innenarchitektur, lernt ihren Mann kennen und verwickelt in Seattle – 2008 zu Beginn der Finanzkrise – ihren Traum vom eigenen Einrichtungsladen, wo sie neben Möbeln vor allem Accessoires aus Europa verkauft. „Ein wunderschöner Laden“, schwärmt sie rück-



Cornelia Veit führt das Familienunternehmen Bäckerhaus Veit in dritter Generation. Sie ist weder Bäckerin noch Betriebswirtin. Wie sie tickt und warum sie durch die Backstube ins Büro geht.

Cornelia Veit, geschäftsführende Gesellschafterin des Bäckerhauses Veit aus Bempflingen (Kreis Esslingen), spürt auch die gestiegenen Rohstoff- und Energiepreise. Foto: Horst Rudel

blickend, aber auch eine harte Zeit, weil sie sieben Tage die Woche geöffnet hat. Einen Kaffeetisch aus Beton aus jener Zeit hat sie heute noch. Doch der Traum zerplatzt, weil in unmittelbarer Nähe des Ladens eine Großbaustelle eingerichtet wird – für mehrere Jahre. Ein Geschäft nach dem anderen gibt auf, Cornelia Veit auch – als der Mietvertrag ausläuft. 2016 kommen sie und ihr Mann nach Bempflingen.

Cornelia Veit wird Geschäftsführerin im Familienunternehmen. Sie arbeitet sich schnell in viele Themen ein. „Musste ich ja, alle waren länger dabei als ich und wussten mehr“, sagt sie. Und da ist sich die Chefin für

nichts zu schade. „Gummistiefelphase“ nennen es die Mitarbeiter, wenn die Chefin mal wieder mit Gummistiefeln unterwegs ist und sich den ganzen Betrieb anschaut – auch die hintersten Räume.

Der Bezug zur Basis ist ihr wichtig, nicht nur zu den Führungskräften. „Die Mitarbeiter sind die Seele unseres Betriebes“, sagt Cornelia Veit. Morgens nimmt sie extra den Weg durch die Backstube ins Büro. „Das hat mit Respekt zu tun und schafft auch Transparenz“, findet sie. Sie verwendet gerne das Bild von der Kette, in der nicht nur das Schmuckstück, sondern jedes Glied wichtig ist. Wenn ein Glied bricht, bricht die ganze

## Familienunternehmen

**Bäckerhaus Veit** 1927 gegründet, ist das Bäckerhaus Veit mit Stammsitz und Produktion in Bempflingen (Kreis Esslingen) in dritter Generation im Familienbesitz der drei Geschwister Angelika Immendorfer, Erdmute Veit-Murray und Cornelia Veit, der geschäftsführenden Gesellschafterin. Über 50 Veit-Bäckereien und -Cafés gibt es im Raum Nürtingen, Reutlingen, Tübingen und Stuttgart. Vor Corona lag der Umsatz bei mehr als 30 Millionen Euro, dieses Niveau wurde noch nicht wieder erreicht.

**Urgetreide** Das Unternehmen hat 25 Brotsorten im Sortiment und legt großen Wert auf Regionalität und Nachhaltigkeit. Das Mehl kommt aus Mühlen der Region, die Äpfel stammen von der eigenen Veit-Plantage bei Nürtingen, Zwetschgen und Walnüsse etwa aus dem Ermstal. Auch engagiert sich Veit in regionalen Anbauprojekten, um alte Getreidesorten zu rekultivieren – wie etwa das Urgetreide Dickkopfwitzen. *imf*

Kette – deshalb kommt es auf jeden Mitarbeiter an.

Corona war da keine einfache Zeit. Die Bäckereien hatten zwar geöffnet, aber die angeschlossenen Cafés waren zu. Viele Mitarbeiter waren verunsichert, hatten Angst um die Existenz. In dieser Zeit hat Cornelia Veit dann mit dem täglichen Coronaticker begonnen – Mails an Mitarbeiter. Emotionales, Mutmachendes, aber auch Pragmatisches zu den neuesten Verordnungen war da zu lesen. Das kam gut an, weiß sie aus den Rückmeldungen.

Die Herausforderungen sind nach wie vor groß, denn gestiegene Rohstoff- und Transportpreise, höhere Energiekosten, der gestiegene Mindestlohn und die weltweiten wirtschaftlichen Verwerfungen aufgrund des Ukraine-Krieges machen auch Veit – wie vielen anderen Unternehmen und Branchen – zu schaffen. Doch Jammern ist ihre Sache nicht. Sie ist eine Macherin und blickt nach vorn.

„Bei Mehl- und anderen Rohstofflieferanten helfen uns die Regionalität und unsere jahrzehntelange Lieferantentreue“, sagt Cornelia Veit. Doch Sonnenblumenkerne könnten knapp werden, befürchtet sie. Das Bäckerhaus hat sich eine gewisse Menge gesichert, doch weil die Ukraine größter Lieferant ist, gibt es viele Unwägbarkeiten.

Und was liebt sie besonders aus der Backstube? „Am Freitag das Holzofenbrot, am Samstag die Brezel und am Sonntag den Hefekranz. Da esse ich ein Stück Kindheit“, antwortet sie prompt.

„Bei Mehl- und anderen Rohstofflieferanten hilft uns die Regionalität.“

**Cornelia Veit,** Gesellschafterin

## EZB-Zinswende lässt auf sich warten

**FRANKFURT.** Europas Währungshüter lassen Verbraucher und Sparer trotz der Rekordinflation im Unklaren über den Zeitpunkt einer ersten Zinserhöhung. Ein Ende der ultralockeren Geldpolitik im Sommer zeichnet sich dagegen inzwischen deutlicher ab. Die Europäische Zentralbank (EZB) habe mit der Normalisierung ihrer Geldpolitik begonnen, sagte EZB-Präsidentin Christine Lagarde, die wegen einer Corona-Infektion online an der Pressekonferenz nach der EZB-Ratssitzung am Donnerstag teilnahm. Kritiker warfen der Notenbank fehlende Entschlossenheit und riskantes Abwarten vor. Die EZB hat sich darauf festgelegt, die Zinsen erst zu erhöhen, wenn sie kein frisches Geld mehr in Anleihen steckt. Wann die Zinsen wieder steigen, ließ die EZB offen.

Nach Einschätzung von Commerzbank-Chefvolkswirt Jörg Krämer ist das Abwarten der Notenbank allerdings riskant. „Je länger die EZB an ihrer sehr lockeren Geldpolitik festhält, desto mehr steigen die Inflationserwartungen der Menschen und setzt sich die sehr hohe Inflation dauerhaft fest.“ *dpa*

## Twitter wehrt sich gegen Übernahme

**SAN FRANCISCO.** Twitter greift zu Gegenmaßnahmen, um sich gegen eine Übernahme durch Tech-Milliardär Elon Musk zu wehren. Der Plan sieht vor, dass andere Aktionäre zusätzlich Anteile günstig kaufen können, wenn ein Käufer die Marke von 15 Prozent überschreitet. Der Schritt ist eine klassische „Giftpille“, zu der von Übernahmen bedrohte Firmen oft greifen. Die Maßnahme solle für ein Jahr gelten, teilte der Verwaltungsrat am Freitag mit.

Elon Musk hatte davor selbst Zweifel geäußert, dass sein Versuch einer feindlichen Übernahme von Twitter Erfolg haben wird. „Ich bin nicht sicher, dass ich tatsächlich in der Lage sein werde, es zu kaufen“, räumte der Chef des Elektroautoherstellers Tesla jetzt bei einem Konferenzauftritt ein. Er habe aber die nötigen Mittel, um den über 40 Milliarden Dollar (37 Milliarden Euro) schweren Deal durchzuziehen, betonte der 50-Jährige.

Musk gab am Donnerstag ein Angebot an alle Twitter-Aktionäre bekannt, ihre Anteile an ihn zum Preis von 54,20 Dollar (49,90 Euro) abzutreten. Anleger machten deutlich, dass sie dem Angebot keine besonders hohen Erfolgswahrscheinlichkeiten geben: Die Twitter-Aktie fiel im US-Handel um rund 1,5 Prozent auf 45,18 Dollar. Musk kaufte in den vergangenen Wochen bereits einen Anteil von 9,2 Prozent an Twitter zusammen. *dpa*

## Investoren steigen bei Luca-App ein

**BERLIN.** Die Macher der Luca-App haben in einer Finanzierungsrunde 30 Millionen Euro eingesammelt, um die Anwendung zum Eindämmen der Coronapandemie in eine Bezahl-App für die Gastronomie und den Kulturbetrieb umzubauen. Zu den Risikokapitalgebern für die Berliner Culture4Life GmbH gehören die Unternehmen Target Global, The Delta und embedded/capital, teilte die Betreibergesellschaft in Berlin mit. Mit der Finanzierungsrunde übernimmt der Fin-Tech-Unternehmer Julian Teicke (Gründer und Chef des Berliner Start-ups Wefox) den Vorsitz im Verwaltungsrat. Nach Angaben des Geschäftsführers von Culture4Life, Patrick Hennig, sei auch der Musiker Smudo weiter an der Firma beteiligt. *dpa*

## Nach Nestlé-Deal hagelt es Kritik an Ankerkraut

Hamburger Gewürzhändler hat Mehrheit der Firma an den Lebensmittelkonzern verkauft. Das löst einen Shitstorm aus.

**HAMBURG.** Die Übernahme der Mehrheit am Hamburger Gewürzhändler Ankerkraut durch den weltgrößten Nahrungsmittelkonzern Nestlé hat in den sozialen Medien zu einem veritablen Shitstorm geführt. Egal ob Twitter, Facebook oder Instagram – auf allen Kanälen lehnt eine große Mehrheit der Nutzer den Deal ab.

Viele werfen den Gründern Anne und Stefan Lemcke vor, ihre Werte verraten zu haben, und kündigen einen Boykott der Ankerkraut-Produkte an. Auch etliche Influencer, darunter etwa LeFlويد, wenden sich von dem Unternehmen ab, das vor allem durch den Auftritt in der Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“ 2016 bekannt wurde.

Der Groll richtet sich gegen die Wahl des neuen Partners. Der Nestlé-Konzern steht seit Jahren in der Kritik. Viele werfen ihm vor, mit seinen Produkten Profit auf Kosten der Ärmsten zu machen. Er steht aber auch im Feuer wegen der Rodung des Regenwalds, der Ausbeutung von Wasserressourcen und zuletzt wegen Geschäften mit Russland während des Ukraine-Krieges.

LeFlويد – bekannt durch sein Interview mit der damaligen Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) im Juli 2015 – schrieb seinen rund 685 000 Instagram-Followern: „Da eine Kooperation mit Nestlé für uns nicht infrage kommt, sehen wir keine andere Option, als die Zusammenarbeit mit Ankerkraut

schnellstmöglich zu beenden.“ Die Gründer Anne und Stefan Lemcke riefen Kritiker unterdessen zur Mäßigung auf. „Wir stehen als Marke von Beginn an für eine ganz besondere Kundennähe und einen engen Austausch mit unseren Fans“, sagte das Gründerpaar. Deshalb verschleiße sich Ankerkraut auch jetzt nicht der Debatte.

„Was wir nicht akzeptieren, sind Hass im Netz und Beleidigungen der Menschen, die bei Ankerkraut arbeiten“, betonten beide. Sie seien fest entschlossen zu beweisen, „dass wir es ernst meinen, wenn wir sagen: Ankerkraut bleibt Ankerkraut, wir werden weiterhin als eigenständiges Unternehmen tätig sein.“

## Schon wieder ein Chefwechsel bei Mahle

Matthias Arleth verlässt nach drei Monaten das Unternehmen. Finanzchef Frick muss erneut als Übergangschef einspringen.

VON INGE NOWAK

**STUTT GART.** Beim Autozulieferer Mahle kehrt an der Konzernspitze keine Ruhe ein. Am Freitag verkündete das Unternehmen überraschend die Trennung von Mahle-Chef Matthias Arleth (54), der diesen Posten erst im Januar übernommen hatte. Man habe sich „einvernehmlich auf eine Beendigung der Zusammenarbeit zum 30. April 2022 verständigt“, teilte das Traditionsunternehmen Mahle mit. Grund seien unterschiedliche Auffassungen über die künftige strategische Ausrichtung des Konzerns. Konkreter äußerte sich eine Sprecherin nicht. Arleth geht in einer gerade für Zulieferer herausfordernden Zeit: Denn Transformation und Digitalisierung haben zuletzt Fahrt aufgenommen.

Bei Mahle ist es in den vergangenen Jahren wiederholt zum Wechsel an der Konzernspitze gekommen. Wolf-Henning Scheider übernahm Mitte 2015 den Spitzenposten von Heinz Junker, der nach 18 Jahren oberster Kontrolleur wurde. Doch bereits nach knapp drei Jahren wechselte Scheider überraschend zu ZF nach Friedrichshafen. Das war die Chance für Jörg Stratmann, der eher unverhofft den frei werdenden Posten bekam. Sein Vorteil: Er kannte Mahle, schließlich zeichnete er in der Geschäftsführung für den Bereich Thermotechnik verantwortlich. Kontinuität sollte damit allerdings nicht verbunden sein; überraschend hat er den Posten im März 2021 wieder aufgegeben. Damals dankte Junker, der intern nur Professor heißt, dem scheidenden Manager für seine

„langjährige, stets loyale und erfolgreiche Tätigkeit“ im Konzern. Ein Nachfolger konnte mit Matthias Arleth erst Monate später präsentiert werden.

Finanzchef Michael Frick (55) war damals in die Bresche gesprungen; er wird auch jetzt wieder – zusätzlich zum Finanzressort – interimistisch den Vorsitz der Geschäftsführung übernehmen, bis ein neuer Chef gefunden ist. Frick wird am 25. April auch die Geschäftszahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr präsentieren, denn Arleth hat, so ist zu hören, den Zulieferer bereits verlassen.

Ungeachtet der unterschiedlichen Auffassung dankte der Aufsichtsratsvorsitzende Heinz Junker im Namen des gesamten Mahle-Teams Arleth „für seinen großen Einsatz“.



Matthias Arleth Foto: Wolfram Scheible

Dabei hatte er den Scheidenden erst vor wenigen Wochen bei seinem Amtsantritt mit vielen Vorschusslorbeeren empfangen: „Mit Matthias Arleth haben wir sowohl einen ausgewiesenen Experten für Produktentwicklung in den Zukunftstechnologien als auch einen konsequenten Treiber von Transformationsprozessen gewonnen, um Mahle fit für die Zukunft zu machen.“ Und: „Als ‚Vordenker‘ wird Matthias Arleth die Weiterentwicklung unseres Unternehmens mit über 100 Jahren erfolgreicher Geschichte maßgeblich vorantreiben“, so Junker, der als schwierige Persönlichkeit gilt.

Arleth, der vom bayerischen Autozulieferer Webasto zu Mahle wechselte, ist Diplom-Ingenieur mit Schwerpunkt Fahrzeugtechnik. Er hat viel Erfahrung in der Autobranche gesammelt. Bevor er zum Familienunternehmen Webasto wechselte, war er unter anderem im VW-Konzern bei Seat als Entwicklungsingenieur und Projektmanager tätig.

## Kurz berichtet

### Bosch steigert Umsatz im Thermotechnik-Geschäft

**GERLINGEN.** Die Thermotechnik-Sparte des Technologiekonzerns Bosch hat 2021 nach eigenen Angaben einen Rekordumsatz erzielt. Wie das Unternehmen im hessischen Wetzlar – dem Verwaltungssitz des Geschäftsbereichs – mitteilte, lag der Umsatz 2021 bei vier Milliarden Euro. Das entspreche einem Plus von 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Thermotechnik-Sparte macht bei Bosch nur einen geringen Teil der Gesamterlöse aus. *dpa*

### Betriebsrat: Mercedes soll E-Auto-Produktion stärken

**STUTT GART.** Die Werke des Autobauers Mercedes sind aus Sicht des Betriebsrats nicht ausreichend für die Wende zur E-Mobilität gewappnet. „Wir müssen in der Lage sein, noch schneller auf die steigende Nachfrage nach Elektroautos zu reagieren“, sagte Michael Häberle, Betriebsratsvorsitzender des Stammwerks in Stuttgart-Untertürkheim und Mitglied des Aufsichtsrats, dem „Spiegel“. *rtr*

### Porsche verkauft im ersten Quartal weniger Autos

**STUTT GART.** Fünf Prozent weniger Fahrzeuge als im Vorjahreszeitraum hat Porsche im ersten Quartal weltweit ausgeliefert. 68 426 Fahrzeuge wurden an die Kunden übergeben. Engpässe bei Mikrochips und anderen Bauteilen, verschärfte Ausgangs- und Kontaktregeln wegen Covid in China sowie der Übergang der Föhre im Atlantik, bei dem auch rund tausend Porsche-Fahrzeuge vernichtet wurden, haben dem Zuffenhausener Autohersteller die Bilanz verhägelt. Während in Europa und Deutschland die Verkäufe anzogen, mussten Einbrüche in Asien und Nordamerika verkraftet werden. *mgr*